

# PERANCANGAN DESAIN KEMASAN JAJANAN TRADISIONAL DAN KUE-KUE PRODUKSI “BILCO” MOJOKERTO

Viona Paramita<sup>1</sup>, Bedjo Riyanto<sup>2</sup>, Elisabeth Christine Yuwono<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain  
Universitas Kristen Petra, Surabaya

<sup>2</sup>Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa  
Universitas Sebelas Maret, Surakarta  
Email: vionaparamita@yahoo.com

## Abstrak

Indonesia memiliki beragam kebudayaan salah satunya adalah jajanan tradisional. Kebudayaan ini dapat menjadi modal daya tarik wisata yang unik sehingga harus dipelihara dan dilestarikan. Bilco *Handmade Finger Foods* merupakan salah satu toko yang menghadirkan beragam jajanan tradisional terlengkap dan berkualitas di Mojokerto. Seiring dengan berjalannya waktu, persaingan semakin ketat. Perancangan ini ditujukan kepada masyarakat dan wisatawan asing agar mereka tertarik dan melestarikan kebudayaan Indonesia. Selain itu juga dapat mengangkat citra dan derajat jajanan pasar produksi Bilco *Handmade Finger Foods*. Melalui perancangan ini diharapkan agar *target audience* ikut peduli akan pelestarian jajanan tradisional khas Indonesia.

**Kata kunci:** Perancangan, Kemasan, Jajanan Tradisional, dan Mojokerto.

## Abstract

*Indonesia has a diverse culture and one of them is traditional finger foods. Cultural capital can be a unique tourist attraction that must be maintained and preserved. Bilco Handmade Finger Foods is one of the stores that provide a variety of Indonesian traditional finger foods and complete quality in Mojokerto. As the time goes by, competition is getting tougher. This design is dedicated to the public and foreign tourists so they are interested in preserving the Indonesian culture. Beside that, this design can lift the image of Bilco Handmade Finger Foods. Through this design is expected that the target audience will take care about the preservation of traditional Indonesian snacks.*

**Keywords:** Packaging Design, Traditional Finger Foods, and Mojokerto.

## Pendahuluan

Saat ini banyak pilihan bagi masyarakat untuk menentukan dan memenuhi kebutuhan pangan mereka. Salah satunya dengan banyaknya gerai *bakery* yang baru dibuka. Gerai *bakery* yang makin menjamur ini biasanya merupakan waralaba atau milik anak perusahaan asing yang sudah populer.

Di kota Mojokerto, *bakery* lokal yang ada pun tidak kalah kualitas dan rasanya. Salah satunya adalah Bilco *Handmade Finger Foods* yang berlokasi di Perumahan Puri Mojopahit D-2 Mojokerto. Berawal dari industri rumah tangga, ibu Ilmia Rakhma Susanti, SE selaku pendiri melayani konsumennya lewat pesanan. Dibantu beberapa pegawai, bu Santi mengerjakan pesanan dari konsumen. Kota Mojokerto adalah kota kecil dan bu Santi melihat belum ada gerai *bakery* dengan produk *handmade* adalah ide awal untuk terjun dalam industri ini. Lama kelamaan usaha ini semakin berkembang dan di tahun 2003 resmi dibuka gerai *bakery* miliknya di Mojokerto. Bilco *Handmade*

*Finger Foods* menawarkan berbagai jenis produk yang dibuat dan dikreasikan sendiri. Mulai dari *pudding*, *cake*, jajanan pasar, hingga *cookies*. Harga yang ditawarkan juga terjangkau oleh konsumennya di kota Mojokerto dan pendatang dari luar Mojokerto dengan sasaran kelas menengah keata. Omzet harian yang bisa dicapai adalah Rp 2.000.000,- per hari. Sedangkan omzet saat *high season* bisa mencapai Rp 10.000.000,-.

Akan tetapi dalam persaingan industri dewasa ini dengan dibukanya berbagai gerai *bakery* yang masing-masing memiliki keunggulan, identitas diri dan ciri khas yang menjadi unggulan sebuah gerai *bakery* haruslah ada. Hal ini yang mampu membedakannya dengan gerai *bakery* yang lainnya. Salah satu media komunikasi yang dapat mewujudkannya adalah melalui perancangan promosi dalam bentuk desain kemasan untuk produk Bilco *Handmade Finger Foods* yaitu *pudding*, *cake*, jajanan pasar, dan *cookies*. Dengan adanya kemasan yang menitikberatkan pada fungsi dan ciri khas maka masyarakat tidak hanya sekedar membeli dan

menikmati isinya namun juga dapat mengetahui bahan yang ada dalam produk tersebut.

Desain kemasan Bilco *Handmade Finger Foods* dirasa masih kurang maka perlu dilakukan *re-design* kemasan. Saat ini, kemasan yang digunakan oleh Bilco *Handmade Finger Foods* adalah kemasan umum yang biasa dijual di toko bahan kue. Kemasan *cookies* menggunakan stoples plastik sederhana dengan stiker berlogo, sedangkan *cake* dan jajanan pasar diletakkan diatas nampan disebuah etalase dan akan dikemas kotak kertas putih dengan stiker berlogo jika ada konsumen yang membeli. Selama ini Bilco *Handmade Finger Foods* hanya mengandalkan stiker logo untuk dijadikan identitas produknya. Hal inilah yang menjadi alasan dilakukannya *re-design* kemasan pada produk Bilco *Handmade Finger Foods*.

Kemasan merupakan suatu konsep fungsional sebatas untuk melindungi barang atau mempermudah barang untuk dibawa dan masih terkesan seadanya. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan semakin kompleks, barulah terjadi penambahan nilai-nilai fungsional, terutama pada abad sekarang dimana persaingan didalam dunia usaha semakin tajam dan kalangan produsen semakin berlomba merebut perhatian calon konsumen. Dengan demikian konsep fungsional pengemasan telah menjadi bagian penting yang harus mencakup seluruh proses pemasaran dari konsepsi produk sampai ke pemakai terakhir (Wirya 1).

Kemasan atau yang dalam bahasa inggris disebut *packaging* adalah kegiatan penempatan produk ke dalam wadah atau *container*, tempat isi, yang dilakukan oleh produsen atau pemasar untuk disampaikan kepada konsumen (Sigit 42).

Menurut Klimchuk, desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi, dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan (Klimchuk 33).

Selama berabad-abad, orang menggunakan kemasan hanya sebatas fungsinya sebagai pelindung dan mempermudah barang untuk dibawa dengan. Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi, persaingan dalam perdagangan pun semakin tajam. Berbagai cara untuk memaksimalkan daya tarik kemasan dilakukan dengan melakukan penambahan nilai-nilai fungsional pada kemasan untuk meningkatkan penjualan (Wirya 1). Bagi produk-produk yang memiliki karakteristik yang hampir sama, fungsi *packaging* mempunyai peranan yang penting untuk mempengaruhi terjadinya suatu pembelian (Kartajaya 182).

Pada wawancara yang dilakukan pada tanggal 5 Mei 2013, maka berikut ini adalah hasil dari wawancara tersebut. Bu Santi awalnya adalah seorang ibu rumah tangga namun sangat suka membuat kue dan aneka jajanan. Kue-kue yang dibuat biasanya diberikan kepada tetangga atau dijadikan sebagai suguhan tamu. Diawali pada September 2003 bu

Santi mulai menerima pesanan kue kering dan ketika itu bu Santi belum memiliki *outlet*, bu Santi masih menerima pesanan dan mengerjakannya di rumahnya yang berlokasi di Perumahan Puri Mojopahit D-1, Mojokerto.

Kemudian pada tahun 2005 bu Santi membuka *outlet*nya yang pertama di sebelah rumah tempat tinggalnya yaitu di Perumahan Puri Mojopahit D-2, Mojokerto. *Outlet* ini diberi nama Bilco *Handmade Finger Foods*. Untuk lokasi dipilih di perumahan karena bu Santi ingin membuat kesan "hommy" dan kesan kue yang benar-benar *handmade*, serasa seperti makanan "rumahan" bukan pabrikan. Produknya pun makin bertambah diantaranya *bakery*, *cake*, dan *pudding*.

Namun pada tahun 2007 hingga sekarang, bu Santi memutuskan untuk lebih fokus di jajanan asli Indonesia. Bu Santi memilih jajanan pasar karena Indonesia memiliki beranekaragam jenis jajanan asli yang masing-masing punya keunikan baik dari segi nama, bentuk, maupun rasa. Bu Santi juga menganggap kue asli Indonesia sangat sehat karena menggunakan lemak yang aman yaitu lemak nabati dari kelapa, pemanis yang dipakai kebanyakan adalah gula kelapa, bahan dasar juga kebanyakan dari umbi atau kacang, serta pembungkusnya yang unik dari daun dengan berbagai gaya. Hal ini membuat kue Indonesia kaya serat. Hal paling utama yang membuat bu Santi tergerak untuk bidang ini adalah karena prihatin dengan kondisi jajanan yang ada saat ini. Banyak sekali makanan asing yang berlomba untuk masuk ke Indonesia dan menggeser makanan asli Indonesia.



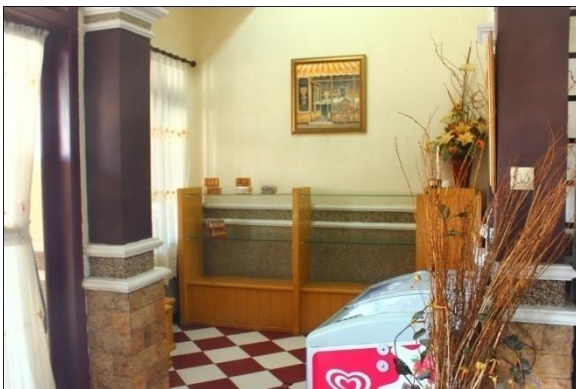
Gambar 1. Papan Nama Bilco *Handmade Finger Foods*



**Gambar 2. Lokasi Bilco Handmade Finger Foods**



**Gambar 3. Beranda Outlet Bilco Handmade Finger Foods**



**Gambar 4. Bagian Dalam Outlet Bilco Handmade Finger Foods**



**Gambar 5. Bagian Dalam Outlet Bilco Handmade Finger Foods**



**Gambar 6. Contoh Produk Bilco Handmade Finger Foods**



**Gambar 7. Contoh Produk Bilco Handmade Finger Foods**



**Gambar 8. Contoh Produk Bilco Handmade Finger Foods**





**Gambar 9. Contoh Produk Bilco Handmade Finger Foods**

Saat ini logo yang dipakai toko ini adalah logo dengan bingkai elips atau oval berwarna coklat. Kemudian didalam bingkai tersebut terdapat tulisan atau nama toko menggunakan jenis tulisan script dan terdapat logogram mahkota. Warna yang digunakan adalah kuning dan coklat yang melambangkan kemurnian, kehangatan, dan kenikmatan.



**Gambar 10. Logo Bilco Handmade Finger Foods**

Sesuai dengan namanya, Bilco Handmade Finger Foods fokus pada kue tradisional Indonesia dan yang banyak ditemui di *outlet* adalah kue yang mungil dengan tampilan eksklusif dan rasa makanan rumahan. Namun Bilco Handmade Finger Foods juga menyediakan kue western untuk pelengkap dan penambah pilihan konsumen seperti berbagai macam *cake*, *bakery*, *pudding*, dan *cookies*.

Target market dari Bilco Handmade Finger Foods adalah masyarakat Mojokerto secara khusus dan wisatawan lokal-internasional secara umum dari kalangan menengah atas-atas. Bahkan ada juga konsumen dari kalangan artis atau pejabat yang kebetulan berada di kota Mojokerto dan menyempatkan untuk mampir membeli beberapa kue. Rata-rata konsumen adalah wanita dewasa dan berumur sekitar 20-27 tahun.

Sejauh ini, teknik promosi yang paling sering digunakan adalah dari mulut ke mulut. Bu Santi pernah pasang iklan beberapa kali di media surat kabar dan radio, menjadi sponsor sebuah acara, dan membagikan *voucher* dengan diskon tertentu.

Adapun kemasan-kemasan untuk produk yang dipakai Bilco Handmade Finger Foods selama ini:



**Gambar 11. Kemasan kotak untuk basahan dan minicake**



**Gambar 12. Kemasan cookies**

## Metode Penelitian

Dalam memperoleh data yang diperlukan, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dimana data diperoleh dengan cara wawancara, observasi dan kajian pustaka digabungkan dan dianalisa, kemudian mencari solusi desain yang tepat untuk menghasilkan kesimpulan tentang seperti apakah kemasan nantinya akan dibuat.

Dalam melakukan penelitian ini dibutuhkan data primer dan sekunder. Data primer yakni data yang secara khusus dikumpulkan untuk keperluan riset yang sedang berjalan, dalam penelitian ini meliputi wawancara dan observasi lapangan. Wawancara dilakukan dengan pemilik Bilco Handmade Finger Foods untuk mendapatkan data-data yang diperlukan tentang Bilco Handmade Finger Foods dan produk-produk yang dibuatkan kemasannya. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data mengenai *packaging* produk yang sekarang dipakai dan *packaging* seperti apakah yang

disukai oleh masyarakat. Dalam hal ini metode yang digunakan berupa pengamatan langsung yang dilakukan di *Bilco Handmade Finger Foods*.

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang diperlukan. Data sekunder yang digunakan meliputi internet, dokumentasi data, dan kajian pustaka. Kajian pustaka bersumber dari bacaan-bacaan yang menjelaskan tentang *packaging*.

Metode analisa yang digunakan adalah *VIEW* yakni dengan mengumpulkan data-data mengenai daya tarik visual yang berkaitan dengan produk-produk kerajinan yang akan dibuatkan kemasannya (*Visibility*), informasi yang berkaitan dengan produk-produk tersebut seperti kelemahan atau kekurangannya (*Information*), daya tarik untuk membeli produk tersebut (*Emotional appeal*), serta kemudahan dalam pembuatan dan penyimpanan dari produk tersebut (*Workability*). Sehingga nantinya dapat ditarik kesimpulan kemasan yang bagaimanakah yang sesuai dan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh produk tersebut.

## Pembahasan

Berdasar dari hasil pengamatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa kemasan dari kerajinan di *Bilco Handmade Finger Foods* saat ini memiliki fungsi hanyalah sebagai sebuah kemasan pelindung untuk produk ketika konsumen membeli produk. Namun sebagai kemasan pelindung pun banyak yang dirasa kurang dari kemasan ini yakni dari segi tampilan yang kurang menarik dan terkesan kurang eksklusif. Layout kemasan cenderung terlalu sederhana dan kuno. Bahan yang digunakan juga merupakan kemasan yang dijual secara grosir di toko bahan kue.

Yang menjadi diferensiasi dari produk *Bilco Handmade Finger Foods* adalah kue-kuenya yang dibuat secara *handmade* dan khusus. Kue produksi *Bilco Handmade Finger Foods* dibuat khusus yaitu dengan sentuhan seni dan ketelatenan. Selain itu kue-kue tersebut dibuat dengan bahan alami yang kaya gizi, tanpa pemanis buatan, tanpa pengawet, dan menggunakan pewarna dengan standar *food grade*.

Produk *Bilco Handmade Finger Foods* memiliki banyak sekali varian bentuk yang unik dan rasa yang enak dibanding pesaing lainnya. Semua produknya tidak menggunakan pemanis buatan, pengawet, dan terbuat dari bahan alami dengan kualitas tinggi serta kaya gizi

*Brand positioning* dari kemasan *Bilco Handmade Finger Foods* untuk menonjolkan persepsi tentang toko ini di mata masyarakat bahwa *Bilco Handmade Finger Foods* memposisikan dirinya sebagai toko kue yang memiliki kue cantik, enak,

berkualitas, dan sehat. Dengan mengangkat konsep “hommy” menjadikan *Bilco Handmade Finger Foods* nyaman untuk dikunjungi karena serasa berada di rumah sendiri.

Identitas merek yang ditampilkan pada kemasan adalah merek *Bilco Handmade Finger Foods*. Sebab produk yang diangkat dalam perancangan ini adalah hasil produksi sendiri dari outlet *Bilco Handmade Finger Foods* yang berada di kota Mojokerto. Oleh sebab itu, *brand identity* tidak dirubah, melainkan dikembangkan dan dibuat seragam dalam pemakaiannya.

*Brand image* yang ingin ditonjolkan adalah kesan tradisional namun tetap modern dan handmade. Kesan tradisional dipilih karena ingin menonjolkan sisi tradisional jajanan yang mejadi fokus utama dari *Bilco Handmade Finger Foods*.

Logo *Bilco Handmade Finger Foods* yang sekarang masih dipakai adalah logo berbingkai dengan logogram mahkota. Logo yang lama ini digantikan dengan logo yang baru karena logo ini dirasa kurang sesuai dengan *image* kemasan yang dibuat. *Image* kemasan yang baru menggunakan konsep yang tradisional namun modern dan handmade.

Logo baru yang akan digunakan nantinya adalah seperti berikut:



**Gambar 13.** Hasil desain logo *Bilco Handmade Finger Foods*

Dari hasil observasi dan menggali data secara mendalam maka diperoleh konsep pendesainan logo ulang. Gambar yang hendak ditampilkan pada logo adalah gandum. Sebab dalam perancangan ini produk yang dijual sangat berkaitan dengan bahan dasar alami Indonesia, maka yang ditampilkan adalah gambar gandum bukan gambar roti yang umumnya dipakai *outlet bakery* lainnya. Tampilan gamdum ini dibuat lebih sederhana dan bersifat ikonik, agar tampilannya menarik perhatian *target audience*.

Untuk *typeface* yang digunakan pada *brand identity* adalah Anne Bonny Medium dan Creamy

Script pada sub *brand*. Pemilihan tipe huruf ini selain memiliki keterbacaan yang tinggi, tipe huruf ini memiliki karakter yang *classic* atau tradisional namun masih terasa modern dan *hommy*.

Warna yang digunakan sebagai *corporate colour* adalah warna coklat. Warna ini digunakan karena mampu merepresentasikan kehangatan dan kemurnian. Warna ini juga mampu menunjukkan kenikmatan dan kualitas suatu produk.

Dari hasil observasi langsung di Bilco *Handmade Finger Foods*, didapat bahwa produk yang butuh untuk didesain ulang adalah kemasan untuk jajanan tradisional, minicake, dan pudding serta cookies.

Dalam memenuhi fungsi kemasan, maka penulis membuat konsep untuk kemasan sebagai berikut:

#### 1. Bentuk/ pola dasar

Produk jajanan pasar memiliki ukuran yang hampir sama yaitu berdiameter kurang lebih 5 cm. Kemasan yang akan digunakan berbentuk kotak. Ada tiga macam kotak yaitu kotak berisi 3 buah (pxlxt = 16,5x5,5x5 cm), 6 buah (pxlxt = 16,5x11x5 cm), dan 12 buah (pxlxt = 22x16,5x5 cm). Adanya sekat membuat kue tidak bersentuhan satu dengan yang lainnya sehingga bentuk dan cita rasa asli dari kue tersebut tetap terjaga. Pada bagian tutup kemasan terdapat coakan yang dilapisi mika dengan ketebalan 0,25 mm. Tutup ini memungkinkan konsumen dapat melihat produk didalamnya.

Untuk produk *cookies*, kemasan yang akan dipakai adalah silinder tabung yang terbuat dari mika dengan ketebalan 0,3 mm dengan tutup terbuat dari akrilik. Ada 2 ukuran dari silinder ini yaitu silinder pendek (dxt = 8x 7 cm) dan silinder tinggi (dxt = 8x12 cm). Kemasan ini memungkinkan konsumen dapat melihat produk didalamnya sehingga kemasan ini dapat menarik konsumen agar membeli produk tersebut. Kemasan yang terbuat dari mika tebal juga membuat produk tidak mudah hancur.

Untuk hari raya, kemasan ini berbentuk kotak dari menyesuaikan ukuran kemasan primer. Kemasan ini menggunakan bahan yang lebih tebal dari kemasan primer yaitu karton dengan ketebalan 2 mm. Adanya kemasan ini bertujuan untuk mengemas produk yang akan diberikan sebagai kenang-kenangan atau hadiah dalam *event* tertentu.

Kemasan sekunder ini berbentuk tas plastik sebagai wadah saat konsumen membawa belanjaan keluar dari toko. Terdapat logo pada bagian luar tas.

#### 2. Desain layout

Mengangkat konsep desain kemasan sebagai wadah bernilai estetis dan menonjolkan kesan tradisional dan menarik. Dengan konsep ini maka konsumen dapat langsung mengenali produk yang dijual di Bilco *Handmade Finger Foods*.

#### 3. Bahan/ material

Pada perancangan ini, produk yang diangkat tidak dapat terlepas dari kertas karton dan mika tebal. Oleh sebab itu, mika ini harus digunakan kelebihannya dengan menampilkan produk agar tampil lebih menarik. Namun kemasan ini dikombinasikan dengan bahan karton yang kuat, sehingga produk lebih aman. Dengan kombinasi bahan antara plastik dan karton maka, karton dibuat dapat melindungi produk, namun masih terlihat produk jajanan yang ada didalamnya. Dalam mengkreasikan ide bentuk, maka kotak tidak boleh menutupi seluruh bagian produk, tetap ada bagian tertentu yang dilapisi mika sehingga konsumen dapat melihat produk yang ada didalamnya. Untuk kemasan premium, digunakan bahan yang lebih kokoh yaitu karton tebal. Pemakaian bahan ini bertujuan agar produk terlihat lebih mewah dan memiliki nilai eksklusif yang tinggi. Karena kemasan ini digunakan untuk mengemas produk yang nantinya akan diberikan sebagai hadiah maupun kenang-kenangan. Material dasar kemasan untuk kemasan adalah sebagian besar memakai jenis kertas *cougar* dikarenakan harganya yang relatif terjangkau dan juga sifatnya yang cenderung tebal sehingga dapat melindungi isi yang ada di dalamnya. Selain itu juga masih memungkinkan untuk dilipat dengan mudah sehingga mudah untuk dibentuk dengan desain yang bermacam-macam. Kertas ini juga menimbulkan kesan elegan dan eksklusif.

#### 4. Gaya desain

Gaya desain yang dipakai adalah *Simplicity* dan ilustratif, karena simple lebih cenderung terkesan eksklusif sesuai dengan citra yang ingin ditonjolkan pada kemasan produk tersebut.

#### 5. Sistem buka tutup

Untuk sistem buka tutup kemasan makanan ini, maka akan dibuat sederhana. Hal ini bertujuan agar memudahkan konsumen untuk membuka dalam mengambil produk. Sebab bahan utama yang digunakan dalam perancangan ini masih menggunakan bahan dasar kertas dan mika. Kemasan kotak dibuat dengan sistem segel yang harus dilepas seperti sistem buka pada saat melepaskan segel amplop agar terbuka. Dengan sistem tersebut, penggunaan sistem ini akan menimbulkan kesan lebih eksklusif. Sebab terdapat segel yang menunjukkan kemasan ini lebih baik dibandingkan kemasan sebelumnya.

#### 6. Warna

Di perancangan ini desain kemasan reguler menggunakan warna yang mampu menonjolkan kehangatan, kemurnian, keanggunan, dan tradisional. Oleh sebab itu warna yang dipilih adalah warna merah maroon, putih gading, dan coklat. Hanya dengan beberapa kombinasi dapat membuat kemasan tampil menarik. Disisi lain hal ini akan menekan biaya produksi kemasan. Warna yang dipakai pada

kemasan Natal adalah warna merah dan hijau. Sedangkan untuk hari raya Idul Fitri memakai warna hijau pupus dan coklat tua.

#### 7. Ilustrasi/ gambar

Motif pada kemasan reguler yang ditampilkan adalah adaptasi batik matahari yang merupakan salah satu batik dari Kerajaan Majapahit. Pemilihan batik ini berkaitan dengan produk yang memfokuskan diri pada jajanan tradisional khas Indonesia dan lokasinya yang berada di Mojokerto. Kota kecil ini mempunyai hubungan erat dengan Kerajaan Majapahit. Batik juga merupakan salah satu kekayaan budaya asli Indonesia. Ada pula kemasan premium yang khusus didesain untuk hari raya yang dalam hal ini dipilih hari raya Natal dan Idul Fitri. Pada kemasan premium ini dipilih konsep ilustrasi untuk mendukung tema yang diangkat. Ilustrasi yang digunakan adalah gambar perempuan yang masing-masing merepresentasikan karakter hari raya. Untuk Natal terdapat ilustrasi yang mewakili 3 karakter terkenal dalam tradisi natal yaitu Santa Claus, kurcaci, dan Rudolf si rusa berhidung merah. Sedangkan hari raya Idul Fitri dipilih karakter yang mampu menunjukkan kesan lembut, damai, dan tradisi berhias. Ilustrasi ini dipilih karena mewakili *target audience* yang mengutamakan wanita dan kalangan menengah keatas. Gambar perempuan yang stylish dan tematik dapat menunjukkan kesan mewah, eksklusif dan anggun, sesuai dengan konsep awal yang diinginkan.

#### 8. Jenis tipografi

Untuk *typeface* yang digunakan pada *brand identity* adalah Anne Bonny Medium dan Creamy Script pada sub *brand*, dipilih karena karakternya yang terkesan kuat dan juga elegan tapi tidak terlalu banyak dekorasi sehingga memudahkan dalam keterbacaannya. Keterbacaan adalah faktor yang paling penting sehingga begitu konsumen melihat kemasan tersebut mereka dapat langsung mengetahui apa isi produk yang ada di dalamnya. Sedangkan jenis font yang dipakai untuk keterangan-keterangan tambahan pada kemasan adalah *Champagne and Limousine* dipilih karena karakternya yang tegas namun masih terkesan modern dan homemade karena jenisnya yang sans serif sehingga terasa santai.

#### 9. Komposisi/ tata letak

Dalam perancangan ini penggunaan warna dibatasi menjadi dua hingga empat warna. Hal ini untuk menghindari dari penggunaan warna yang berlebihan yang dapat membuat konsumen tidak fokus dan menjaga keseragaman. Penerapan warna ini sangat diperhatikan, sebab untuk dapat dikenali dengan konsumen maka perlu warna yang menjadi identitas. Sehingga saat konsumen melihat warna tersebut maka konsumen mengenali langsung produk Bilco *Handmade Finger Foods*, karena warna tersebut telah menjadi ciri khas atau *corporate*

*identity*. Nama merek menggunakan jenis font yang berjenis *sans serif*, atau jenis font yang mempunyai kesan handmade. Untuk menimbulkan kesan tradisional maka pemilihan teks untuk sub nama merek menggunakan jenis *script*. Untuk teks nama produk menggunakan *serif*, sedangkan keterangan beserta informasi menggunakan jenis *san serif* agar mudah terbaca. Untuk penataan elemen visual diurutkan dengan urutan agar dapat memberikan alur keterbacaan sesuai dengan kebiasaan konsumen. Demikian pula dengan pemilihan teks dan penataannya, agar dapat terjadi satu kesatuan maka ditata dengan rapi. Hal inilah yang akan menimbulkan kesan moderen. Adanya hierarki dalam penggunaan proporsi ukuran huruf. Merek dibuat lebih besar dari nama produk. Untuk informasi tambahan ukurannya perlu disesuaikan agar tidak mengganggu nama produk. Untuk ilustrasi juga disesuaikan agar tidak mengganggu nama produk.

Berikut ini beberapa gambar desain final dari kemasan yang sudah didesain ulang :



**Gambar 14. Desain Kemasan Basahan Isi 3, 6, & 12**



**Gambar 15. Desain Kemasan Kantong**





**Gambar 16. Desain Kemasan Tas Plastik**



**Gambar 19. Desain Kemasan Premium Natal Basahan Isi 12**



**Gambar 17. Desain Kemasan Cookies Besar dan Kecil**



**Gambar 20. Desain Kemasan Premium Natal Basahan Isi 24**



**Gambar 18. Desain POP**



**Gambar 21. Desain Kemasan Paket Cookies Besar Natal**





**Gambar 22. Desain Kemasan Paket Cookies Kecil Natal**



**Gambar 25. Desain Kemasan Premium Idul Fitri Basahan Isi 12**



**Gambar 23. Desain Kemasan Kantong Natal**



**Gambar 26. Desain Kemasan Premium Idul Fitri Basahan Isi 24**



**Gambar 24. Desain Kemasan Coklat Natal**



**Gambar 27. Desain Kemasan Paket Cookies Besar Idul Fitri**



**Gambar 28. Desain Kemasan Paket Cookies Kecil Idul Fitri**



**Gambar 29. Desain Kemasan Kantong Idul Fitri**



**Gambar 30. Desain Kemasan Coklat Idul Fitri**

## Kesimpulan

Tugas akhir desain kemasan ini menjawab permasalahan tentang bagaimana membuat desain kemasan yang fungsional namun tetap untuk produk-produk Bilco *Handmade Finger Foods*. Pada perkembangan jaman saat ini, fungsi kemasan ikut berkembang. Tidak hanya sebagai pembungkus produk, atau sekedar wadah produk, namun berkembang sebagai penarik perhatian konsumen agar konsumen membeli produk tersebut. Kemasan produk yang menarik dapat membuat konsumen merasa ada nilai lebih jika membeli kemasan tersebut. Sedangkan kemasan yang kurang menarik dari segi bentuk, warna, hingga grafisnya dapat membuat harga diri menurun dalam memberikan suatu produk. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan produk untuk oleh-oleh harus dapat menarik agar menimbulkan harga diri dan *prestige* bagi konsumen.

Di jaman yang berkembang ini, semakin banyak kompetitor yang menawarkan produk yang sama dengan kemasan, dan promosi lebih menarik. Hal ini menunjukkan semakin banyak persaingan yang semakin ketat, dan memberikan konsumen banyak pilihan untuk memilih. Oleh sebab itu, peran suatu identitas layak untuk diperhatikan, karena hal ini sangatlah penting. Suatu identitas yang kuat bagi pengusaha dengan *positioning* yang tepat dan digunakan secara konsisten dapat menjadi lebih dikenal dan diingat di benak konsumen.

Identitas merek yang tidak konsisten dalam penerapannya, dapat menimbulkan sulitnya konsumen mengenal produk suatu perusahaan. Dalam perancangan ini, Bilco *Handmade Finger Foods* tidak konsisten dalam penerapannya padahal produk mereka sangat beragam. Oleh sebab itu, sangat penting untuk Bilco *Handmade Finger Foods* mempunyai identitas yang dapat menjadi sebuah jaminan kualitas dan kepercayaan konsumen yang menunjukkan Bilco *Handmade Finger Foods* peduli akan produk asli Indonesia.

Identitas merek atau logo dan kemasan yang merupakan salah satu elemen grafis dalam kemasan mempunyai peranan penting dalam menancapkan *brand positioning* hingga *brand image* Bilco *Handmade Finger Foods*. Dengan kemasan yang lebih baik dan logo yang digunakan dengan seragam maka akan mampu dalam meningkatkan *brand image* yang telah ada sebelumnya di mata konsumen Bilco *Handmade Finger Foods*. Pada perancangan ini, kemasan menjadi media yang tepat sebagai solusi dalam permasalahan meningkatkan derajat jajanan tradisional Indonesia produksi Bilco *Handmade Finger Foods*. Oleh sebab itu kemasan yang dibuat mempunyai motif batik Majapahit yang merupakan salah satu kekayaan budaya Indonesia. Serta kualitas produk yang diberikan adalah yang terbaik, ditampilkan dari sisi kemasan yang dibuat minimalis dan tampil moderen namun tetap ada sentuhan tradisional. Melalui kemasan yang telah dirancang

dan penerapan logo yang tetap konsisten ini, maka citra produk *Bilco Handmade Finger Foods* akan meningkat.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberi penyertaan dan kekuatan dalam kelancaran pembuatan karya Tugas Akhir.
2. Dekan Fakultas Seni Desain Bpk. Andrian Dektisa, S.Sn. dan Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual Ibu Ani Wijayanti Suhartono, S.Sn., M.Med.Kom.
3. Para dosen pembimbing: Ibu Elisabeth Christine Yuwono, S.Sn., M. Hum. dan Bpk. Drs. Bedjo Riyanto, M.Hum., dan penguji: Ibu Maria Nala D., S.Sn., M.Hum. dan Bpk. Drs. Heru Dwi Waluyanto, M.Pd., yang telah memberi kritik dan masukan selama proses pembuatan karya Tugas Akhir yang ada.
4. Seluruh dosen DKV baik yang pernah membimbing atau tidak selama saya mengikuti perkuliahan di Universitas Kristen Petra.
5. Ibu Ilmia Rakhma Susanti selaku pemilik dari *Bilco Handmade Finger Foods* yang telah membantu memberikan informasi selama survei berlangsung.
6. Orang tua dan saudara yang telah memberikan dukungan baik secara material maupun moril.
7. Kepada orang terkasih dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan semangat, masukan, informasi, dan doa.
8. Kelompok TA dan seangkatan DKV seperjuangan serta pihak-pihak yang membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

## Daftar Pustaka

Klimchuk, Marianne Rosner, Sandra A Krasovec. *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007.

Kartajaya, Hermawan. *Marketing Plus: Jalur Sukses untuk Bisnis, Jalur Bisnis untuk Sukses*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1993.

Sigit, Soehardi. *Marketing Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1980.

Wirya, Iwan. *Kemasan Yang Menjual: Menang Bersaing Melalui Kemasan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1999.